

Sveučilište u Zagrebu
Tekstilno - tehnološki fakultet
Zavod za dizajn tekstila i odjeće

Emma Alexandra Josipa Miškulin

**HIPI GENERACIJA I NJEZIN UTJECAJ
NA HRVATSKU MODU**

Završni rad

Zagreb, rujan 2019.

Sveučilište u Zagrebu
Tekstilno - tehnološki fakultet
Zavod za dizajn tekstila i odjeće

Emma Alexandra Josipa Miškulin

HIPI GENERACIJA I NJEZIN UTJECAJ

NA HRVATSKU MODU

Završni rad

Mentor:
Izv.prof.dr.sc. Katarina Nina Simončić

Zagreb, rujan 2019.

TEMELJNA DOKUMENTACIJSKA KARTICA:

Zavod za dizajn tekstila i odjeće

Modul: Modni dizajn

Broj stranica: 36

Broj slika: 11

Broj literaturnih izvora: 17

Članovi povjerenstva:

- Izv.prof.dr.sc. Katarina Nina Simončić
- Izv.prof.dr.sc. Ivana Salopek Čubrić
- Doc.dr.sc. Irena Šabarić
- Doc.dr.sc. Alica Grilec

Student: Emma Alexandra Josipa Miškulin

Lokalni matični broj studenta: 10259/TMD

Datum predaje rada: 20.9.2019.

Datum obrane rada: 26.9.2019.

Ocjena:

SADRŽAJ

| | |
|--|-----------|
| 1. Uvod | 3 |
| 2. <i>Hippie</i> pokret | 6 |
| Tko su bili <i>hippie</i> | 8 |
| 3. Ozračje u Hrvatskoj šezdesetih godina..... | 9 |
| Modni trendovi zapada šezdesetih godina..... | 11 |
| Moda u Hrvatskoj šezdesetih godina..... | 14 |
| Utjecaj <i>hippie</i> -a na tadašnju modu u Hrvatskoj..... | 19 |
| 4. Mediji u Hrvatskoj šezdesetih godina..... | 22 |
| Tisak i modni časopisi..... | 25 |
| Novine i televizija..... | 32 |
| 5. Zaključak..... | 35 |
| 6. Literatura..... | 36 |

SAŽETAK

Tema rada je istraživati utjecaj *hippie* generacije i američkih trendova na modu šezdesetih i sedamdesetih godina, pažnja će se usmjeriti na utjecaje američkih trendova na hrvatsku modu u cilju ukazivanja na izvor modnih utjecaja na našem prostoru. Njihova povijest je iznimno povezana s današnjom modom i k tome istražujemo početke *Hippie* kontrakulture koje je uvela i popularne pojmove, stila i dizajna, čak su bili među prvim kulturama koja je uvela uporabu rabljene odjeće (*second hand*) na suvremeni način, pa je odjeća također bila dio recikliranja i održivosti mode. Cilj ovog rada je istražiti utjecaj suvremenih modnih trendova koji su inspirirani *hippie* kulturom iz 1960-ih i kako se u početku proširila do naših prostora pomoću raznih medija, časopisa. U posljednjih godina, mnogi svjetski poznati modni dizajneri kao što su Dior, Pierre Balmain, Emilio Pucci i Nina Ricci, te domaći dizajneri Žuži Jelinek, Tilda Stepinski i dr. nadahnuće su pronašli u *hippie* mode iz 1960-ih.

ključne riječi: *hippie*, moda, 1960-te, medij, časopisi.

CONTENT

The main subject of this dissertation is to investigate the influence of the hippie generation and the American trends on fashion in the sixties and seventies, and will focus on the influence of American trends on Croatian fashion in order to point out the source of fashion influences in our area. Their history is extremely connected to today's fashion and we are exploring the beginnings of the Hippie countercultures, which introduced popular notions, style and design, they were even among the first cultures to introduce second-hand clothing in a contemporary way, so clothing was also part of the recycling and sustainability of fashion. The aim of this theses is to investigate the influence of contemporary fashion trends inspired by the hippie culture of the 1960s and how it initially spread to our spaces through various media and magazines. In recent years, many world-famous fashion designers such as Dior, Pierre Balmain, Emilio Pucci and Nina Ricci and the domestic Croatian designers like Žuži Jelinek, Tilda Stepinski have found inspiration in 1960s hippie fashion.

keywords: *hippie*, fashion, the 1960s, media, magazines.

1. Uvod

U ovom radu ću novoditi ujedno i autore knjige *Šezdesete u Hrvatskoj: Mit i stvarnost* koja se bazira na modu, fotografiju, novine, medij i o doprinosu drugih kultura tog vremena. U radu pažnju ćemo više usmjeriti na koje načine je *hippie* kultura pridonijela Hrvatskoj, imamo razne medije, časopise, magazine te moda tog vremena, dizajneri tog doba i kakav je status žena bio u bivšoj Jugoslaviji. Moda je posljedica i produkt vremena, odraz društvenih, političkih, gospodarskih i kulturnih kretanja pa odjevni predmet nije moguće promatrati izvan tog konteksta. U ovom radu otkrivamo modne utjecaje u Hrvatskoj 1960-ih još u doba bivše Jugoslavije, odnosno posebno *hippie*, boho stil, tako i sagledavamo proces kreacije i proizvodnje odjevnog predmeta, načine plasmana na tržištu te načine i okolnosti uporabe odjevnih predmeta od trenutka njihova dolaska do konzumenta. Kao izvor poslužili smo se tiskom i arhivskim gradivom, fotografije i novine toga razdoblja, arhivski zapisi, sačuvani crteži i modne ilustracije. Muzej grada Zagreba sa izložbom *Moda i odijevanje u Zagrebu 1960-ih godina odnosno Šezdesete u Hrvatskoj: Mit i stvarnost* (Muzej za umjetnost i obrt). Također poslužili smo se tiskom i arhivskim gradivom. Dnevni i tjedni tisak te modni časopisi pokazali su se kao vrijedan izvor informacija i prijenos medija. Tih godina javlja se i *Hippie* pokret koji će obilježiti takav način odjevanja posvuda po svijetu i tako ostati zapamćen po mnogo čemu. *Hippie* pokret je nastao 1960-ih godina iz engleskog izraza "hipster" što je u pogrdnom smislu označavalo bijele Amerikance koje su se družili i bili uključeni u život i kulturu svojih crnih sugrađana, za vrijeme kada je u Americi vladala rasna diskriminacija. *Hippie* pokret javlja se 1966. godine 20. stoljeća na zapadnoj obali SAD-a, u San Franciscu, te se proširio na čitavu Ameriku i Europu. Vijetnamski rat bio je točka na kojoj se počela buditi građanska svijest, počelo je snažnije suprotstavljanje službenoj američkoj politici i stilu života. Prezirali su američki način života i smatrali su da on samo ograđuje ljudsku slobodu i postavlja granice u ljudskom razmišljanju i kreativnosti. Voljeli su prirodu i borili su se za njezino očuvanje. Snagu ljubavi, bratstva i solidarnosti objedinili su u poznatom sloganu »Vodite ljubav, a ne rat.« *Hippie* su se izdvajali i svojom odjećom i cjelokupnim izgledom. Obavezna je bila duga kosa s trakom oko čela. Odjeća je uvijek bila svijetlih čak i kričavih boja kombinirana na najrazličitije načine što je ostavljalo prostor kreativnosti pojedinaca. Nosile su se traperice, ali i šarene trapez

hlače, široke košulje, često indijskog izgleda, široke haljine i suknje sa puno orlamenta po sebi, a često se odjeća ručno izrađivala i bojila. Obuća je također bila originalna, indijanske mokasine, minimalističke sandale i sl. Nakit se sastojao od perlica, raznih privjesaka-simbola kao *peace*-simbol, *ying-yang*, ali i ekscentričnih »ukrasa« kao npr. ovčja zvona.¹ Kao što ništa nije smjelo sputavati um i osjećaje tako ni odjeća nije smjela sputavati tijelo. I takav stav se pridonjeo u duhu potrošačke kulture koja je obilježila šezdesete godine. Hrvatska u sastavu Jugoslavije bilježi nagli razvoj tekstilne industrije. Nove poslovne strategije tj. udruživanja tekstilnih i konfekcijskih tvornica, šezdesetih godina pridonose sveopćem industrijskom napretku. Novi mladenački duh, temeljen na raskidu s diktatom Diorovih "TAXI" silueta, potaknuo je nove pristupe u realizaciji odjevnih predmeta i primjeni materijala. Etiketirana zapadna odjeća, statusni simbol građanstva, zamijenjena je rabljenom "*second hand*" odjećom, bez neke veće vrijednosti. Ulica postaje izvor modnih podražaja. Visoka moda nadahnjuje se izgledom nižih društvenih slojeva i subkultura, a mlađa generacija preuzima ulogu modnih promotora. U tom ozračju, hrvatski modni dizajn tek je u pokušajima oslobađanja od ideološko nametnutih pravila jednostavnosti, svrsishodnosti i odmaka od visoke potrošnje. Organiziraju se prva savjetovanja o ulozi modnog dizajna, istražuju se potrebe modnog tržišta, bilježimo nove strategije poslovanja ali i pokušaje stvaranja "autohtonog" modnog dizajna inspiriranog tradicijskom baštinom. Tako i na balkanskim područjima su počeli ²modernizacijski procesi koji su obilježili jugoslavensku stvarnost 1960-ih, liberalizacija, tržišni socijalizam i postupno uvođenje zapadnjačkih trendova poticanje konzumerizma, stvaranje potrošačke kulture i zamah medija, izazvali su mnoge promjene u različitim sferama društvenog, kulturnog, političkog i ekonomskog života....² Od kraja pedesetih do početka sedamdesetih hrvatska se umjetnost konstituirala kao vrijedan segment europskoga kasnog modernizma s nizom neoavangardnih pojava. Promatrajući s vremenske distancije to razdoblje i iznimno pluralističku umjetničku scenu, stječe se dojam o zaista velikom dobu u kojem se njegovala i poticala različitost poetika te međunarodna suradnja, pri čemu je hrvatska umjetnost i sama ulazila na međunarodnu scenu i bila ondje prepoznata kao kvalitetan sudionik.

Glavni je cilj izložbe *Šezdesete u Hrvatskoj — Mit i stvarnost* prikazati Hrvatsku u tom za nju važnom razdoblju kako bi se moglo bolje razumjeti i ono što je slijedilo. U tom su razdoblju nicali i gasile se neke ideje koje će se aktualnima činiti ponekad i mnogo poslije, što samo ide u prilog pretpostavci da su šezdesete godine minulog stoljeća važan segment naše novije povijesti, segment koji treba upoznati da bi se bolje razumjela i sadašnjost.³

Muzej za umjetnost i obrt od velike pomoći. Ova je izložba jasno predstavila stilske karakteristike anti mode u umjetnosti, književnosti i glazbi, dok hrvatska moda je bila zastupljena samo u njenom malom dijelu. Etnografski Muzej (koji ima bogatu kolekciju fotografija i modne odjeće predmeta), kao i iz Hrvatskog povijesnog muzeja i Muzeja za umjetnost i obrt. Informacije o modi distribuiraju se putem časopisa, dnevnog tiska i izravan kontakt s inozemstvom. Modni tisak vremena pruža jasan uvid u modu i modne proizvode s etničkim elementima. Modni časopis "Pariška moda" (pariška moda) bio je jedini modni časopis objavljen od 1895. na hrvatskom jeziku. Na gotovo svake naslovnice ovog časopisa objavljen je članak s opisima modela, popraćeno kvalitetnim i preciznim crtežima i opisima od najnovijih kreacija i uzoraka šivanja.

¹Milica Divanović, *Hippie pokret*

²Lovorka Magaš Bilandžić, *Šezdesete u Hrvatskoj – Mit i stvarnost (Od «visoke » i popularne kulture do kreiranja novih želja i potreba)* Školska knjiga, Zagreb, 2018. str. 107.

³Zvonko Maković, *(predgovor) Šezdesete u Hrvatskoj – Mit i stvarnost*, Školska knjiga, Zagreb 2018.

2. *Hippie* pokret

Hippie pokret je nastao 1960-ih godina iz engleskog izraza "hipster" što je u pogrdom smislu označavalo bijele Amerikance koje su se družili i bili uključeni u život i kulturu svojih crnih sugrađana, za vrijeme kada je u Americi vladala rasna diskriminacija. *Hippie* pokret javlja se 1966. godine 20. stoljeća na zapadnoj obali SAD-a, u San Franciscu, te se proširio na čitavu Ameriku i Europu. Vijetnamski rat bio je točka na kojoj se počela buditi građanska svijest, počelo je snažnije suprotstavljanje službenoj američkoj politici i stilu života. Borili su se za vječni mir u svijetu i ljubav među svim ljudima. «Mržnja i rat ustupit će mjesto miru i ljubavi. Sve će se podjele utopiti u bratstvu ljudi, a svuda će odjekivati glazba», to je bilo njihovo zamišljanje svijeta nakon *hippie* pokreta. *Hippie* kontekst je politički aktivizam koji je okupljao pripadnike Nove ljevice ili borce za crnačka prava i prekid rata u Vijetnamu, dok je u Europi studentski aktivizam bio primarno vezan za socijalne probleme i društvenu nejednakost koja je mučila zapadnoeuropska društva. Kultura mladih šezdesetih poistovjećivala se kroz glazbu, odjeću, izraze, osobe i ideologije, pa možemo reći da je studentski bunt bio jedan od globalnih fenomena šezdesetih. Izraz kontrakture izražava suprotnu reakciju na kulturne običaje kroz drugačiji način života. 19. i 20. stoljeća svjedoci su uspona i pada mnogih kultura. Tijekom ovog razdoblja u Americi i Europi su formirane mnoge kulturne skupine kao što su romantizam, boemizam, Beat Generation i 1960-te su značajni pokreti hipija. Sve su to bile kontrakture protiv represije. I to je sve što je proizašlo iz većinske kulture, uspostavilo vlastiti način života kroz umjetnost, književnost, glazbu, religijsko uvjerenje i sloboda u ljubavi i seksu.¹ Nakon Drugog svjetskog rata svijet je svjedočio mnogim promjenama nego prije. Kao što su; pokret za zaštitu okoliša, pravo žena, pokret za građanska prava, oslobođenje u ljubavi i seksu, oslobađanje od jezika i opće oslobođenje za alternativni način života. Među svim tim vitalnim kontrakulturama modne povijesti *hippie* je također bio najvažnija kontrakultura 20. stoljeća. Prva hipikultura pojavila se u Njemačkoj tijekom tog razdoblja od 1896. do 1908. godine. Nakon toga se široko pojavljivao u nekim američkim gradovima 1960-ih i raširio se širom svijeta brzo je privukao pozornost mlađe generacije tog vremena. Tijekom tog razdoblja

Amerika je bila uključena u Vijetnamski rat. Pokret za građanska prava dogodio se i završio 2. svjetskim ratom. Kada su se hipiji pojavili u suvremenoj američkoj kulturi šezdesetih godina, bili su razočarani s kulturnim temama koje su se naselile u Americi nakon 2. svjetskog rata. Bili su protiv Vijetnamskog rata, bučni zbog svojih građanskih prava, a vrlo otvorenih umova što se tiče seksualnosti (homoseksualnost i trans seksualnost) i slobodni u ljubavi. U doba kontrakulture imali su vlastite gradove, kvartova u kojima su se okupili i živjeli u zajednici. Tako je hipi kontrakultura ostavila svoj identitet i razdvajali su ih od drugih naroda. Tijekom tog razdoblja Amerika je prolazila kroz mnoge uspone i padove, kako kulturnih tako i društvenih pokreta. Neki hipiji želju za promjenom izražavaju nomadskim životnim stilovima, odricanjem korporativnih utjecaja, potrošnje i Vijetnamskog rata, prihvatanjem ne-kršćanske religijske kulture (uključujući Istočnu filozofiju) i sa kritiziranjem Zapadnih vrijednosti.²

¹Milica Divanović, *Hippie pokret*

²Dr. sc. Ante Batović, «Šezdesete – godine koje su promijenile svijet», nakladnik Državni arhiv u Zadru 2014.

2.1.Tko su bili *hippie*?

Hippie su bili mladi ljudi, otprilike do dvadeset i pet godina, uglavnom podrijetlom iz dobrostojećih obitelji, koji su odbacili njihov način života i materijalistički sustav vrijednosti i suprotstavljaju mu „vrijednosti bića“. Napustili su škole i radna mjesta te se preselili na ulicu živjeti sa istomišljenicima. Prezirali su američki način života i smatrali su da on samo ogrlašuje ljudsku slobodu i postavlja granice u ljudskom razmišljanju i kreativnosti. Napustivši udobnost, raskoš i površan život odraslih, izabrali su jednostavan, priprost i prirodan život. Hipiji ne priznaju nacije. Źele mirnim putem, prakticirajući bratstvo, srušiti svakodnevne granice koje dijele ljude: nacionalne granice, rasne, vjerske, spolne, klasne, a i one ideološke. Zamišljali su svijet bez ikakvih razlika među ljudima, bez religija, nacionalnosti, materijalnosti koje dijele ljude. Voljeli su prirodu i borili su se za njezino očuvanje. Borili su se za vječni mir u svijetu i ljubav među svim ljudima. «Mržnja i rat ustupit će mjesto miru i ljubavi. Sve će se podjele utopiti u bratstvu ljudi, a svuda će odjekivati glazba», to je bilo njihovo zamišljanje svijeta nakon *hippie* pokreta, i tako je izgledao *hippie* svijet. Neki hipiji želju za promjenom izražavaju nomadskim životnim stilovima, odricanjem korporativnih utjecaja, potrošnje i Vijetnamskog rata, prihvaćanjem ne-kršćanske religijske kulture (uključujući Istočnu filozofiju) i sa kritiziranjem Zapadnih vrijednosti. Hipiji su se izdvajali i svojom odjećom i cjelokupnim izgledom. Obavezna je bila duga kosa s trakom oko čela. Odjeća je uvijek bila svijetlih čak kričavih boja kombinirana na najrazličitije načine što je ostavljalo prostor kreativnosti pojedinaca. Nosile su se traperice, ali i šarene trapez hlače, široke košulje, često indijske, široke haljine i suknje, a često se odjeća ručno izrađivala i bojila. Obuća je također bila originalna, indijanske mokasine, minimalističke sandale i sl. Nakit se sastojao od perlica, raznih privjesaka-simbola kao peace-simbol, ying-yang, ali i ekscentričnih »ukrasa« kao npr. ovčja zvana. Kao što ništa nije smjelo sputavati um i osjećaje tako ni odjeća nije smjela sputavati tijelo. Omiljeni simbol *peace*. Potreba mladih ljudi da se bune i da budu drugačiji od svojih »staraca« i ozbiljnog svijeta odraslih, svoj je izlaz i izraz našla u subkulturnim pokretima.

¹Milica Divanović, *Hippie pokret*

²Dr. sc. Ante Batović, «Šezdesete – godine koje su promijenile svijet», nakladnik Državni arhiv u Zadru 2014.

3. Ozračje u Hrvatskoj šezdesetima

Šezdesete su godine velikih promjena u stilu odijevanja, uvjetovanih tehnološkim napretkom, prosperitetom, razvojem potrošačke kulture i države blagostanja te utjecajima pop-kulture i novim svjetonazorom poratne generacije. Jugoslavija – zemlja između Istoka i Zapada – postigla je 1960-ih zavidnu međunarodnu reputaciju izgradnjom samoupravnog socijalizma i trasiranjem puta Pokretu nesvrstanih. Iznutra, socijalistička Jugoslavija država je složenih nacionalnih i ekonomskih problema, u kojoj autokracija i društvena kontrola susreću modernost, konzumerizam i žudnju za nalikovanjem Zapadu. Zagreb, glavni grad Socijalističke Republike Hrvatske i drugi grad po veličini u jugoslavenskoj federaciji, bio je vodeći industrijski centar. U 1960-ima se pojačala i proširila proizvodnja u odjevnoj industriji, a istodobno se oporavlja obrtnička produkcija. Premda je industrija odjeće odgovarala na elementarne potrebe tržišta, modni utjecaji sa Zapada nezaustavljivo su nalazili put do domaćih potrošača, osobito pripadnika mlađe populacije koje standardizirani modeli nisu zadovoljavali. Istraživanje provedeno tijekom pripreme rada navodi nas na zaključak da su 1960-te razdoblje prosperiteta, reafirmacije građanske kulture u odijevanju te vrijeme brzih promjena u produkciji odjeće, širenja modnih informacija i utjecaja te njihove implementacije u potrošačkom društvu.¹ Muzej za umjetnost i obrt već je sedamdesetih godina prošlog stoljeća prvi na ovim prostorima inaugurirao postavljanje sinteznih izložbi i velikih kulturoloških projekata na tadašnju hrvatsku, pa može se slobodno reći, i jugoslavensku izložbenu scenu. Gotovo je svaka od tih kompleksnih izložbi koje je MUO ostvario od tada do danas ostavila snažan trag te postala nezaobilaznom referentnom točkom i odrednicom u (re)valorizaciji odnosnog razdoblja te određivanju postignuća u kulturi grada Zagreba i Hrvatske. Od izložbe Hrvatski narodni preporod osamdesetih godina prošlog stoljeća, preko izložbi Bidermajer u Hrvatskoj i Historicizam u Hrvatskoj 1990-ih te Secesija u Hrvatskoj na početku novog milenija, do najrecent- nije *Art déco*, postavljene prije nekoliko godina, zatvoreno je razdoblje tematiziranja i predstavljanja kulturno-povijesnih i umjetničkih razdoblja daljnje nam prošlosti. Svim tim projektima zajednička je bila njihova sveobuhvatnost, nastojanje da se u mozaičnoj slici - kako

muzejskom prezentacijom tako i pratećom publikacijom da što preciznija, a ujedno što preglednija slika određenog vremena, stilskog razdoblja ili kulturno-povijesnog fenomena, osvijetljena na pozadini društveno-povijesnih zbivanja i ključnih čimbenika u gospodarskom, kulturnom i umjetničkom životu kao bitnih odrednica u razumjevanju razmatranog razdoblja.

¹Burne promjene koje se tih godina događaju u svijetu prodiru i do Hrvatske zahvaljujući masovnim medijima. Radio, TV te osobito tabloidni tisak stvaraju nov pojam zvijezda – iz svijeta glazbe, filma, mode. Na potki glazbenih festivala poput Sanrema niču brojni festivali lakih nota, a pop i rock zvijezde postaju ikone glazbenih izričaja i stilova koji se rađaju u Velikoj Britaniji i SAD-u te se nezaustavljivo šire vinilskim nosačima zvuka i svakoga gradskog, a dobrim dijelom i kućanstva. Automobil iz spomenutog gotovo ruralnog k emitiraju danonoćno na frekvencijij iznimno popularnog Radio Luxembourga. Glazba tog vremena postaje univerzalni jezik kojim se premošćuju granice zemalja i kontinenata, medij komuniciranja snažnih poruka i ideja koje udaraju u same temelje društva, kako onog Zapada tako i Hrvatske. Naravno, u manjoj mjeri i nešto usporenije jer je ipak postojao partijski filter. Ali jednom otvorena brana nije se mogla samo tako zatvoriti i kontrolirati. Tradicionalni se društveni odnosi mijenjaju. Položaj žene, iako deklarativno riješen još 1945. tek se u ovim godinama počinje zaista mijenjati. Uvriježeni patrijarhalni odnosi u obitelji, a posebno roditelja i djece, postaju sporni i upitni i predmet su bunta mladih generacija. Stvara se dotad gotovo nepoznat pojam generacijskog jaza i nastaje nova tinejdžerska supkultura koja negira cjelokupno naslijeđe odnosa prkoseći obrascima uvriježenog društveno "prihvatljivog" izgleda (duga kosa, brada, traperice) i ponašanja, što ubrzo počinje utjecati i na mainstream pravce društvenog kretanja, kako onog službenog, partijski sankcioniranog, tako i onog koje si je u to vrijeme ostvarilo određeni prostor izvan političke izravne paske. Političkim riješenjem pitanja statusa Trsta ubrzo je otvorena još jedna linija dotoka robe, ali i ideja, koje su prodirale duboko u tadašnju socijalističku stvarnost, a čiji se utjecaj osjećao mnogo dalje od obližnjih zemalja Hrvatske i Slovenije, sve do južne Srbije i Makedonije.

¹Miroslav Gašparević, (predgovor) *Šezdesete u Hrvatskoj – Mit i stvarnost*, Školska knjiga, Zagreb, 2018.

3.1. Modni trendovi zapada šezdesetih godina

¹Hipiji su se izdvajali i svojom odjećom i cjelokupnim izgledom. Obavezna je bila duga kosa s trakom oko čela. Odjeća je uvijek bila svijetlih čak kričavih boja kombinirana na najrazličitije načine što je ostavljalo prostor kreativnosti pojedinaca. Nosile su se traperice, ali i šarene trapez hlače, široke košulje, često indijske, široke haljine i suknje, a često se odjeća ručno izrađivala i bojila. Obuća je također bila originalna, indijanske mokasine, minimalističke sandale i sl.

Takav pokret je služio za ukidanje statusnih razlika, izgledom bi govorili da su djeca, a ne muškarci ili žene. Kosa je simbol pobune, slobode, individualnosti, ponosa. Duga je, lepršava, divlja, razbarušena i neukrotiva, baš kao i priroda. Kao modni dodatak, vrat i kosu ukrašavali su cvijećem. Hipiji imaju jak odnos prema održivoj modi, i mnogima su bili inspiracija jer su se bazirali na prirodu i na recikliranje i generalno su se brinuli za okoliš. ¹Početkom šezdesetih godina slijedile su se pariške modne smjernice te oblikovala odjeća namijenjena dobrostojećim građankama, što se nastavilo i poslije, za što su bile zaslužne modne krojačice u Hrvatskoj. (»Svijet« 1967,9:4-5) Pod utjecajem industrijskog napretka te medijskog promicanja trendova, potrošačka je groznica jačala, i to posebno nakon 1967. godine kada su se granice prema inozemstvu otvorile te se moglo putovati bez vize. Trst je postao važno šoping-odredište, a u nj se odlazilo po odjevne simbole zapadne kulture — traperice (*Rifle, Rile, Levi's*), dolčevite, sušakavce, sintetičke košulje, najlonke i ostale *nedostižne* artikle, kojih tada nije bilo na domaćem tržištu. (Duda 2005: 70) Novi mladenački duh, temeljen na raskidu s diktatom Diorovih TAXI silueta, potaknuo je nove pristupe u realizaciji odjevnih predmeta i primjeni materijala. Etiketirana zapadna odjeća, statusni simbol građanstva, zamijenjena je rabljenom *second hand* odjećom bez veće vrijednosti. Te su promjene počele već nakon Drugoga svjetskog rata kada su filmski likovi uličnih odmetnika (Marlon Brando, James Dean) te nova vrsta glazbe i zabave mladih utjecali na odijevanje. Moda je svoju kulminaciju doživjela u revolucionarnom zaokretu prema novim pristupima, slobodi i demokratizaciji upravo u drugoj polovici šezdesetih. Ulica postaje izvor modnih podražaja. Visoka moda nadahnjuje se izgledom pripadnika nižih društvenih slojeva i supkultura, a mlada generacija preuzima ulogu

modnih promotora. Povijesno uhodani društveni obrasci modnog ponašanja, inspiracije i asimilacije odjevnih oblika, poznati pod nazivnikom *trickle down* (kapanje prema dolje)¹⁹ zamijenjeni su novim "pravilom" modnog usvajanja, a to je tzv. *bubble up*. (Polhemus 1994: 8—12) Na taj se fenomen 1967. godine osvrnula i poznata zagrebačka modna krojačica Žuži Jelinek objasnivši to jednostavnim riječima: "Moda se ne stvara samo odozgo — nego i odozdo." (»Svijet«1967,13:8—9) Pokretač tog radikalnog zaokreta bio je London,²⁰ u kojem su se razvila dva stila: *mod stil*²¹ i *biba stil*.²²

Mlada generacija orijentirana na pop - kulturu i englesku modnu scenu²³ stvorila je i novi ideal ljepote, suprotan izgledu "dama" iz pedesetih godina dvadesetog stoljeća. Pobunom protiv srednje klase i nepisanih društvenih pravila, tinejdžeri, pogotovo mlade djevojke, gradili su svoj vizualni identitet na idealu androgine ljepote koji je utjelovila Twiggy, a pariška je modna ikona u to doba bila samozatajna Catherine Deneuve. Osim njih, nove su trendove promicale i glazbenice, primjerice Joan Baez, čiji je stil u Hrvatskoj utjelovila pjevačica Ira Kraljić.

Sinonim za mušku modu postali su članovi grupe The Beatles (»Svijet«1969,13:19), a na prostoru Hrvatske članovi Uragana, jednog od prvih rock-bendova u socijalističkom dijelu Europe. U onodobnom se tisku pisalo o njihovu načinu odijevanja, šminkanja i zabave. Naslovnice modnog časopisa »Svijet«, kojem je snažan pečat dao avangardni umjetnik Aleksandar Srnec, pripadnik grupe EXAT 51, koji je oblikovao njihov izgled od 1954. do 1961. sve do 1966. godine izgledom i modelima posve su odgovarale inozemnim modnim magazinima. Modna urednica i kritičarka Magda Weltrusky unijela je 1967. nov pristup modnom novinarstvu koji će trajati do 1969. godine. U tom se razdoblju počelo kritički izvještavati s modnih revija i sajмова. Objavljivali su se osvrti na domaći asortiman te prilozi o hrvatskim modnim kreatorima, propitivalo postojanje autohtonog autentičnog modnog dizajna, poticalo nagrađivanje domaće proizvodnje i promicalo mlade kreatore.

(»Svijet«1969,2: 8—9) Sve se manje objavljuju fotografije preuzete iz stranih modnih časopisa poput *L'Officiela*, *Voguea*, *La FemmeChic*. Na naslovnicama se, uz odjeću hrvatskih kreatora — Tilde Stepinski, Žuži Jelinek, Ivica Čamagajevca,²⁴ pojavljuju domaće medijski istaknute promotorice modnih trendova poput pjevačica Tereze Kesovije i Gabi Novak, televizijske voditeljice i spikerice Helge Vlahović, manekenki Nuše Marović, Marlene Hohnjec, Ane Reić, Seke Vrce, Irene Uhl te Nikice Marinović, a prednost se pritom daje radovima domaćih

fotografa Vlade Duića, Zdenka Hirschlera, Čede Komljenovića.²⁵ Pobunu mladih generacija protiv klasične građanske elegancije ponajprije je utjelovila *mini suknja*,²⁶ kratka suknja koja je otkrivala noge te dovodila u pitanje "moralne" vrijednosti pedesetih.

Mladi su svoju pobunu izrazili i odbacivanjem odjeće i modnih dodataka kao statusnih simbola te uporabom potrošnih >>konzumerističkih<< materijala u izradi odjeće (papir, plastika, metal, PVC) ili kreiranjem odjevnih kompozicija od već rabljenih *second hand* artikala. Kraće haljine sportskog kroja te konfekcija namijenjena mladima na Zagrebačkom velesajmu predstavljena je 1964. godine (»Tekstil«1963,1 i 2:1006—1009), a domaći je tisak hrvatsku javnost s kratkom suknjom upoznao 1965. godine. Uz primjedbu da je riječ o revolucionarnom skraćivanju, u prilogima se donose i vježbe za postizanje vitkih nogu (»Svijet«1966,1: 2), propituje se uloga mini suknje, posebice je li ona odjevni izraz prosvjeda, postavljaju se pitanja o njezinoj namjeni, ali i spominje u kontekstu moralnih vrijednosti. (»Svijet«1966,20:9;»Svijet«1967, 8: 28) Modni magazin »Svijet« ne opredjeljuje se ni za ni protiv, već objavljuje razgovor s Yvesom Saint Laurentom pod naslovom *Nisu suknje prekratke, već život!* (1967.), te čitateljicama pruža priliku da odluče samostalno hoće li odabrati kraću ili dužu suknju. (»Svijet«1967, 7: 27)

¹Alexandra Palmer, *A Cultural History of Dress and Fashion in the Modern Age*, Bloomsbury Academic, 2018.

²Katarina Nina Simončić, *Šezdesete u Hrvatskoj – Mit i stvarnost*, Modni boom – revolucija modnih izričaja, Školska knjiga, Zagreb, 2018.

Sve je u redu: Konfekcija je loša, »Svijet«, Novinsko izdavačko poduzeće Vjesnik, br. 15, Zagreb, 1967, str. 34.-35.

Igor Duda, *U potrazi za blagostanjem*, Srednja Europa, Zagreb, 2005

Ted Polhemus, *Streetstyle: from Sidewalk to Catwalk*, Thames and Hudson, London, 1994.

Riječ imaju potrošači, »Svijet«, Novinsko izdavačko poduzeće Vjesnik, br. 14, Zagreb, 1967., str. 14.-15.

IV Međunarodni sajam odevanja u Beogradu, »Tekstil«, Savez inženjera i tehničara NR Hrvatska, god. XI, br. 1-12, Zagreb, 1963, str.1006.-1009.

3.2. Moda u Hrvatskoj šezdesetih godina

Eksplodirajuća seksualna revolucija krajem šezdesetih donijela je u našim krajevima intenzitet kulturoloških, a time i modnih promjena ništa manjih od onih na zapadu, unatoč tome što je bila riječ o komunističkoj zemlji. Kratke suknje do ili iznad koljena donjele su kulturološki i modni šok narodu a isto tako i osjećaj slobode "izražaja".¹ Osim kratke suknje, modu šezdesetih obilježili su i novi materijali, uzorci te paleta intenzivnih boja.²⁷ Sintetička vlakna²⁸ koja su do tada ponajprije bila namijenjena vojnoj industriji, proizvodnji sportske odjeće i svemirskih odijela, počela su se koristiti u konfekcijskoj proizvodnji i visokoj modi. Bilo je to desetljeće globalne društvene neizvjesnosti i straha te hladnog rata. Dugogodišnje suparništvo Sjedinjenih Američkih Država (SAD) i Saveza Sovjetskih Socijalističkih Republika (SSSR) očitovalo se u natjecanju u osvajanju svemira te borbi za primat u proizvodnji znanstvenih i tehnoloških inovacija. Godine 1961. Rus Jurij Gagarin postao je prvi čovjek koji je otputovao u svemir, a André Courrèges («Svijet»1966,5:15 i 33) te je godine otvorio svoju parišku modnu kuću i osmislio *The Moon Girl Look*



prekinuvši time i u terminološkom smislu dominaciju Diorova *New Looka* iz 1947. godine. Onodobni domaći tisak u prvi je plan stavljao čistu siluetu Pierrea Cardina, na kojeg su se vrlo često referirali domaći kreatori poput Ivica Čamagajevca. Populariziran je geometrijski pristup u oblikovanju odjeće, zatim svemirska moda (»Svijet«1966,13:45) (*space age*) Andréa Courrègesa te novi materijali Paca Rabannea. (»Svijet« 1968,22:5) Hrvatski čitatelji u modnim priložima o Pierreu Cardinu, Pacu Rabanneu, Rudiju Gernreichu (»Svijet« 1968, 22: 5) doznali su za termin futuristička odjeća, za čiju su se izradu rabili neobični materijali poput prozirnog PVC-a s patentnim zatvaračem umjesto šava, metalni diskovi spojeni zakovicama, drvo, papir, aluminij u kombinaciji s kožom te perforacije. (»Svijet«1968, 22: 5) Utjecaji *op-art*a na modu, čiste linije te geometrijski crno—bijeli uzorci bili su prisutni i u kolekcijama hrvatskih kreatora — od 1965. godine u opusu Tilde Stepinski, zatim Nade Delić, a posebice mladog kreatora Ivica Čamagajevca. *Op-art* radovi bili su perceptualn nejasni i često su navodili na osjećaj vrtoglavice laganim pomacima u tonalitetu boje, valovitim linijama crno - bijelom ornamentikom. Geometrizacija i *op-art* trend obilježje su svih kategorija modnih pojava od 1966. do 1967. Prepoznamo ih u načinu oblikovanja i rezanju kose, u nakitu, obući, formi haljine, tekstilnom ornamentu te na ostalim modnim dodatcima.²⁹ Čak se i muškarcima savjetovalo da crno—bijeli uzorak nenametljivo nose na ovratniku muške košulje. (»Svijet« 1966,17) Godine 1966. na zagrebačkom međunarodnom sajmu, pod utjecajem svemirske mode (*space age*) i *op-art* trenda, predstavljeni su odjevni predmeti od novih sintetičkih materijala *diolena* (»Tekstil«1966.1 i 2: 816—817),³⁰ *arnela* (»Svijet«1967, 9: 4 - 5),³¹ *retexa* (»Kuhar« 1994-. 636—641),³² a na modnoj reviji pod nazivom >>Suvremeno odijevanje<< proljetni i ljetni modeli bili su izrađeni od kombinacije svile i sintetičkih vlakana s geometrijskimcrno-bijelim uzorcima. (»Žerdik« 1966,1 i 2:349)³³ Odjeća izrađena od papira³⁴ i PVC—a u duhu pop-art kulture potpuno je odgovarala hrvatskome potrošačkom društvu. Tvornica Zelinka iz Zeline proizvodila je papirnate haljine A - kroja intenzivnih boja i uzoraka (uz napomenu: *zabranjeno pranje i dopušteno tri puta kemijsko čišćenje*) i tzv. "Konzerva haljine" od uvoznog pletiva (*džerseja*), jednostavnog kroja.



Bile su vrlo popularne jer se nisu gužvale, a 1967. godine mogle su se kupiti u zagrebačkoj robnoj kući Nama putem kataloške prodaje oglašene u >>Svijetu<<. (»Svijet«1968, 8) U sinergiji umjetnosti i mode u Parizu 1965. godine prednjačio je Yves Saint Laurent, a Mondrian haljinom istaknula se naša kreatorica Franka Kutleša. Rođena je u Dalmatinskoj zagori, osnovnu je školu završila u Zagrebu te je radila u salonu modne krojačice Tilde Stepinski. S dvadeset dvije godine otišla je u Englesku te se zaposlila kod modnog dizajnera Normana Hartnella. Nakon tri godine otvorila je vlastiti modni salon te eksperimentirala s papirom i tkanjem od staklenih niti. Godine 1967. u New Yorku je osvojila *Grand Prix* u kategoriji mladog kreatora godine za rad *Kolutovi oko Mjeseca*. (Komljenović:1968, 7: 30-31) Asimetrija nagrađenog modela u hrvatskom je tisku 1968. opisana kao avangardna moda.

Njezinu je kvalitetu u kontekstu spajanja umjetnosti i mode prepoznao i onodobni američki te pariški tisak, a domaćoj je publici te inozemne ocjene prenio »Svijet« (»Svijet«1968, 20: 5) Osim kratke suknje, sredinom revolucionarnih šezdesetih srušen je još jedan odjevni tabu - hlače za žene.³⁵ Bio je to važan korak nakon doprinosa futurista početkom 20. stoljeća, koji su predstavili *TuTu*, kombinezon za oba spola. Šezdesete su u proizvodnom i terminološkom smislu otišle korak dalje u modi. Predstavile su unisex odjeću. (»Svijet« 1969, 8: 30—31)³⁶ Yves Saint Laurent 1966. godine oblikovao je žensko odijelo *Le Smoking* te ga publici predstavio kao nov simbol ženstvenosti, moći i emancipacije.¹ Tokom šezdesetih godina promovira se mnoštvo različitih trendova u modi i odijevanju. Snažna liberalizacija odjevnih normi rezultirala je novim modnim trendovima.



Pojava i polularizacija bikinija. Gotovo cijeli zapadni svijet prihvatio je mini-suknju kao odjevni predmet mladih djevojaka. Dominirala je A-linija koju je još pedesetih u modnom svijetu predstavio Christian Dior (proljeće-ljeto 1955.). Kraj šezdesetih obilježen je *hippie* pokretom koji je utjecao na odjevanje i modne trendove mladih diljem svijeta svojim proširenim trapezastim hlačama, tie-dye i batik farbanjem tekstila, itd. Iznova se ovaj stil ravnomjerno proširio na mušku i žensku publiku. Bili su popularni i elementi sa istoka; marama, Gipsy-look, Afrika-look. 1966.godine Yves Sain Lauren prvi put je odjenuo ženu u muški smoking.



¹Katarina Nina Simončić, *Šezdesete u Hrvatskoj – Mit i stvarnost*, Modni boom – revolucija modnih izričaja, Školska knjiga, Zagreb, 2018.

Čedo Komljenović, *Jugoslavenka na modnom Olimpu*, »Svijet, Novinsko izdavačko poduzeće Vjesnik, br.7, Zagreb, 1968, str. 30.-31.

Sve je u redu: Konfekcija je loša, »Svijet«, Novinsko izdavačko poduzeće Vjesnik, br. 15, Zagreb, 1967, str. 34.-35.

M. Žerdik, *Međunarodni jesenski Zagrebački velesajam*, »Tekstil«, Savez inženjera i tehničara, NR Hrvatska, god. XV, br. 1-12, Zagreb, 1966., str. 789.-790

M. Žerdik, *Proljetni zagrebački Velesajam*, »Tekstil«, Savez inženjera i tehničara NR Hrvatska, god. XV, br 1-12, Zagreb, 1966, str. 349.

Branimir Kuhar, 40. obljetnica postojanja i rada »Regeneracije« d. d. Zabok, »Tekstil«, br. 43 (11), Zagreb, 1994., str. 636.-641.

3.3 Utjecaj hippie-a na tadašnju modu u Hrvatskoj

Hippie pokret prihvatio je antikonzumerističku privlačnost etničkih odjeća. To je postalo pasivni oblik anti-modne ili barem kontrakulturne haljine koja se smatrala sastavnim dijelom *hippie* pokreta i antiratnih prosvjeda kasnih 1960-ih i ranih 1970-ih. Unatoč činjenici da je ovaj izgled bio inspiriran povišenom socijalnom sviješću, brzo su ga usvojili dizajneri, tako i proizvođači masovnog tržišta. ¹Moda je dovedena na kušnju popularnošću utopijskih ideja koje su bile posljedica razvoja tehnologije koja je svijet vodila prema budućnosti. *Hippie* stil ili *flower power* moda odbacio je strogoću svemirske mode i vratio se dugoj haljini u novoj formi (*maxi* haljina) (»Svijet«.1966,3:2) te popularizirao psihodelične uzorke, folklorne motive, tradicijske tehnike ukrašavanja, etnoelemente, safari izgled (*safari look*) te rabljenu odjeću (*second hand*). Godine 1967. modni su tisak preplavile haljine sa cvjetnim uzorcima (»Svijet« 1967.7: 37), folklornim motivima te tradicijskim oblicima koje su predlagale Ružica Fanelli, po vokaciji kostimografkinja i Boža Košak, slikarica i kreatorica. (Košak 1967,5: 12; Fanelli 1967.6: 12) Interes za etno revitalizirao je duh *orijentalizma* koji je obilježio početak 20. stoljeća te otvorio pitanje autohtonog te autentičnog stila, koje je u Splitu Ivica Raunig inaugurirao već 1964. godine. U Zagrebu je sinergiju mode i tradicijske baštine narodnog veza i zlatoveza, posebice panonskih motiva, posavskih ruža od zlatoveza, njegovao Rikard Gumzej. (»Svijet«.1967,9:4-5) No u analizi tog trenda u Hrvatskoj modnim je odjevnim artefaktima u kontekstu autohtone mode potrebno pristupiti s oprezom. Naime, riječ je o perifernim izrazima modnih impulsa većih modnih središta. Rikard Gumzej potkraj šezdesetih godina otvorio je »*Boutique* Rikard« s gotovim *unikatnim* modelima visoke mode. (»Svijet«1968) Svoj je *boutique* imala i tvornica Nada Dimić u Draškovićevoj ulici 13 u Zagrebu. U ponudi su bili modeli otkupljeni od zagrebačkih krojača i kreatora. (»Svijet«1968,8:15)³⁸ Bio je to nov naziv za prostor prodaje i ponude u odnosu na dotadašnje modne krojačke salone, u kojima se šivalo po mjeri. *Boutique* saloni nudili su odjeću standardiziranih veličina poput konfekcijske

proizvodnje (franc. *prêt-à-porter*-a ili eng. *ready to wear*), no izrađenu u malim serijama. Sve uspješnija konfekcijska proizvodnja u drugoj polovici šezdesetih godina vodila je prema valorizaciji uloge modnih dizajnera, koji su za svoj rad bili nagrađivani. Tako smo doznali da su Varteksovi dizajneri tekstila bili Josip Zemljak i Ivan Antolić (1960.) (»Tekstil« 1961,1 i 2; 972-973), a Žuži Jelinek Varteksova kreatorica odjeće (od 1957. do 1974.),³⁹ Ingrid Begović dizajnerica odjeće u zelinskoj Zelinki (1970.), (»Svijet«1966,9:15)⁴⁰ Zdenko Krpan dizajner muške odjeće za Kamensko, Rikard Gumzej dizajner odjeće u zagrebačkoj tvornici Naprijed (1970.), modna kreatorica Standard konfekcije bila je Vesna Emer (1967.), a Regina Juriš modna kreatorica tvornice Nada Dimić te modnih prijedloga u magazinu »Svijet« (1967.). (»Svijet«1967.13:8—9) Da postoje određeni problemi u odnosu na proizvedeni asortiman industrije i njegovo plasiranje na domaće tržište, upozorio je »Svijet« 1967. godine. Opširnu analizu problematike modnog tržišta te pitanje postojanja autohtonog dizajna na tlu Hrvatske istražila je u tri faze modna urednica Magda Weltrusky. U prvoj fazi razgovarala je s modnim kreatoricama, krojačicama i kostimografinjama,⁴¹ u drugoj s potrošačima, a u trećoj s predstavnicima modne industrije. Kad je riječ o autohtonoj, autentičnoj modi s našeg prostora, složili su se, ona ne postoji. Mogla bi se razvijati nadahnjujući se tradicijskom kulturom tako da se koristi ritamskim linijama, paletom boja, no ne i motivima. Glavnim krivcima za stanje i izbor artikala na domaćem tržištu označili su predstavnike robnih kuća i trgovačke putnike. Naime, oni naručuju "standardne" oblike, temeljene na prethodnim uspješnim sezonama, i ne žele riskirati s novim modnim rješenjima te preuzeti ulogu promotora novih trendova. Potrošači su pak domaćem asortimanu zamjerili sljedeće: nepoštovanje sezonskog asortimana, nedostatan izbor veličina, tkanina, nemogućnost kupnje odjeće predstavljene na modnim revijama i sajmovima. Usto, istaknuli su da je ponuda muške konfekcije mnogo bolja od ženske. Zbog otkupijivanja isključivo uspješnih odjevnih predmeta iz prethodne sezone, posljedica je masovne proizvodnje bila jednoličan izgled, tj. uniformiranost. Ne iznenađuje stoga što je uloga modnih krojačica tijekom šezdesetih bila ključna u oblikovanju i njegovanju vlastitog stila, kao i brojnost priloga *učini sam*⁴² u tadašnjem modnom tisku. I potrošači su uočili da su glavni krivci neobrazovani trgovci i trgovačke mreže u kojima su ljudi na odgovornim mjestima asortimane birali po svojem nahođenju. (»Svijet« 1967,14:14—15) Od svih pozvanih predstavnika modne industrije, (»Svijet«1967,15:34—35)⁴³

istraživanju su se odazvali samo iz zagrebačke tvornice konfekcije *Vesna* te zaključili da nedostaje kvalitetne analize tržišta i povezanosti svih faza proizvodnje. No jedan od ključnih problema bilo je to što je domaća modna industrija perfekciju u izradi odjeće usredotočila prije svega na konfekcijsku proizvodnju izvoznih artikala, a na odijelima namijenjenima domaćem tržištu koristila, primjerice, Iošije gumbе. (»Svijet«1967, 9: 4-5)⁴⁴ Potražnja domaćeg tržišta zahtijevala je proizvodnju u malim serijama, što modnoj industriji nije bilo isplativo. Upravo je to bio jedan od glavnih razloga, uz pojavu velikog broja modnih dizajnera, širenja novog modnog trenda — tzv. *boutique* mode, koja je ekspanziju doživjela sedamdesetih godina. Svoj su doprinos u tom razdoblju dali osobito Branimir Hundić, Vesna i Drago Muhić iz *boutiquea Nataša*, Katarina Balogh i drugi.

Na ritam modnih promjena šezdesetih godina u Hrvatskoj utjecali su društveno-politički impulsi iz zemalja pod socijalističkim ozračjem, ali i modni noviteti te tehnološki napredak na Zapadu. Zahvaljujući potrošačkim navikama, otvarali su se krojački saloni koji su njegovali klasičan funkcionalni stil odijevanja u službi nacionalnih interesa. Ne možemo se oteti dojmu da se, unatoč modnim smjernicama koje su se davale u tadašnjem tisku, u ženskoj i muškoj modnoj silueti zadržao jednostavniji stil. Snažan zamah u razvoju hrvatske modne industrije tijekom šezdesetih godinate modni zaokret u trendovima potkraj toga desetljeća, za koji je zaslužna moda s ulice te mlađa populacija, otvorili su put modnom individualizmu i širenju novog poslovanja, tzv. *boutique* mode, koja je ekspanziju doživjela u sedamdesetim godinama dvadesetog stoljeća. Taj novonastali duh mladenačke kulture na inovativan su način pratile i putem tiska promicale onodobne hrvatske modne ikone.

⁴⁴Katarina Nina Simončić, *Šezdesete u Hrvatskoj – Mit i stvarnost*, Modni boom – revolucija modnih izričaja, Školska knjiga, Zagreb, 2018.

Sve je u redu: Konfekcija je loša, »Svijet« , Novinsko izdavačko poduzeće Vjesnik, br. 15, Zagreb, 1967, str. 34.-35.

Ružica Fanelli, *Folklor - ključ originalnog modnog ukrasa*, »Svijete, Novinsko izdavačko poduzeće Vjesnik, br. 6, Zagreb, 1967, str. 12

Boža Košak, *Šiptarski kaputić u Parizu*, »Svijet«, Novinsko izdavačko poduzeće Vjesnik, br. 5, Zagreb, 1967, str. 12.

Čedo Komljenović, *Jugoslavenka na modnom Olimpu*, »Svijet«, Novinsko izdavačko poduzeće Vjesnik, br.7, Zagreb, 1968, str. 30.-31.

4. Mediji u Hrvatskoj šezdesetih godina

Hrvatska se šezdesetih godina našla u specifičnoj situaciji imala je socijalističko uređenje, ali je bila izložena jakim zapadnim potrošačkim utjecajima i navikama. (Duda 2005: 6) U razvijanju ukusa građanstva¹ glavnu su ulogu imali sajmovi, modne revije, TV, koji je prenosio glazbene festivale kao što je Sanremo (»Svijet« 1968, 7: 28-29),² no prije svega onodobni tisak: modni magazin *Svijet* (od 1953.), *Globus*, zatim modni prilozi u *Slobodnoj Dalmaciji*, *Plavom vjesniku*, *Večernjem listu*, u *Studiju* i ostalima. Ozračje u Hrvatskoj bilo je obilježeno njezinim položajem između dva bloka, što je bilo prisutno i u onodobnom modnom tisku. Uza smjernice iz Pariza, Londona, Italije, donosili su se i osvrti na sovjetsku modu i njezine modne kreatore. (»Svijet« 1966, 1: 45, i 3: 45 »Svijet« 1967, 8; 23; »Svijet« 1968, 2: 42-43»Svijet« 1968, 18:44-45) Klasičnu eleganciju građanske mode, kao naslijeđe velikog Diora nastavljali su njegovati pariški dizajneri Pierre Balmain, Pierre Cardin, Lanvin, Guy Laroche, Hubert de Givenchy, Nina Ricci i Yves Saint Laurent. Pratiti u Hrvatskoj utjeca - je zapadne mode bila je stvar prestiža. Odjeća ili modni dodatci poput oglavlja u građanstvu su dobili ulogu statusnog simbola. Tako su skupocjeni kupaci kostimi francuske dizajnerice Nina Ricci puno bolje prolazili od kupaćih kostima domaće tvornice Nada Dimić. (»Svijet« 1967,13;8-9) Kupovali su se na hrvatskom crnom tržištu, tj. *Ispod ruke* (»Svijet« 1966, 8:47) No početkom šezdesetih godina dvadesetog stoljeća, zbog pojave socijalističkog konzumerizma (Duda 2005: 7), javila se potreba za klasičnom građanskom elegancijom, što je razlog dominacije velikog broja modno-krojačkih salona u to doba. Kako se razvijalo masovno potrošačko društvo, narod se propagiranjem jednostavnog, funkcionalnog stila u odijevanju nastojalo usmjeriti prema društvenom dobru i gospodarskom napretku, a duh zapadne mode pri tome je mogao izazvati samo smetnju i odmak od nacionalnih interesa: Tako je modni tisak između 1965. i 1966. donio prilog *Moda na ulicama naših gradova* u kojem riječju i fotografijom opisuje odijevanje i stil običnih građanki u Osjeku, Samoboru („Svijet“1966,16:33), Dubrovniku. «»Svijet« 1966,11:8,9»³ Većina je žena njegovala upravo jednostavan i funkcionalan stil koji su za njih, po njihovim zamislima realizirale krojačice ili su odjeću šivale same. U duhu klasične elegancije građanske mode u onodobnom su se tisku opisivali modeli zagrebačke modne

krojačice Žuži Jelinek izrazima (...) jednostavnost i elegancija forme i oblika (...) ne podilazi za modnim ekstremima, što je u stvari najteže za postići, a da kreator ostane aktualan <<. (»Svijet« 1968, 23: 35) Žuži Jelinek inspirirala se pariškim utjecajima,⁴ no modele bi pojednostavila

te prilagodila domaćim potrebama, tj. tako da se kako je govorila, >>moglo nositi na ulici<<.⁵ Njezina inspiracija, primjerice Pierre Cardin, prepoznaje se u oblikovanju donjih dijelova haljina, koji nalikuju na Cardinove bubble dress (1954.). Osim tog oblika, u njezinu opusu prepoznamo i modne suknje nalik na tulipan, kimono ogrtače s kraćim rukavima (raglan sleeves), kapute s ovratnikom od hermelina i naborom na leđima u stilu Watteaua, forme karakteristične za Cardinov opus s kraja pedesetih i početka šezdesetih godina. Upravo kaput s ovratnikom od krzna i Watteau naborom osigurao joj je veliku promociju 1959. godine u New Yorku. Bio je to model koji se nalazio i na jednom od najstarijih sačuvanih reklamnih plakata⁶ tvornice Varteks.⁷ Osim kaputom, američko je tržište 1961. godine osvojila i jednodijelnom haljinom *rendez-vous* s dvorednim kopćanjem od laganog vunenog flanela. (Arčabić 2008:38, 95)⁸ Koristila se tkaninom domaćih proizvođača, poput Varteksa, Zagrebačke industrije svile (ZIS), tvornice vunениh tkanina Zora, (Zagreb) (Arčabić: 2008: 67) te pletiva tvornice Nada Dimić (Zagreb). (»Svijet« 1968, 8) Od 1963. godine, zbog svojeg modnog rukopisa koji je odgovarao nacionalnim interesima i političkim uvjerenjima, Žuži Jelinek postala je i osobna krojačica Jovanke Broz (1964.- 1978.), za koju je izradivala odjeću od materijala kupljenih u inozemstvu. (Arčabić; 2008: 43) Svoje je modele promicala na samostalnim modnim revijama (u krojačkom salonu, u zagrebačkom hotelu Esplanade) (»Svijet«1966,4:36) te na skupnima u sklopu Zavoda za unapređenje zanatstva (»Svijet«1960,4,11; »Svijet«1961,4,10,12;»Svijet«1962,5), koje su se organizirale u vrijeme

Zagrebačkog velesajma, u omladinskim klubovima tijekom obilježavanja državnih praznika te u radnim organizacijama. (Arčabić 2008: 53) Radi promocije hrvatske industrije konfekcije i tekstila, putovala je na Daleki istok i u Sjedinjene Američke Države, u kojima je 1959. godine bila navedena u Modnom kalendaru (Fashion Calendar), koji je bilježio najvažnije događaje u New Yorku, a na koje su dolazili predstavnici američkih trgovačkih kuća i mediji. (Arčabić: 2008: 72)

Katarina Nina Simončić, *Šezdesete u Hrvatskoj – Mit i stvarnost*, Modni boom – revolucija modnih izričaja, Školska knjiga, Zagreb, 2018.

Igor Duda, *U potrazi za blagostanjem*, Srednja Europa, Zagreb, 2005.

Čedo Komljenović, *Jugoslavenka na modnom Olimpu*, »Svijet«, Novinsko izdavačko poduzeće Vjesnik, br.7, Zagreb, 1968, str. 30.-31.

Boža Košak, Šiptarski kaputić u Parizu, »Svijet«, Novinsko izdavačko poduzeće Vjesnik, br. 5, Zagreb, 1967, str. 12.

Riječ imaju potrošači, »Svijet«, Novinsko izdavačko poduzeće Vjesnik, br. 14, Zagreb, 1967., str. 14.-15.

»Svijet«, Novinsko izdavačko poduzeće Vjesnik, Zagreb, 1958.-1971

4.1. Tisak i modni časopisi

Promatrajući tematski repertoar modne fotografije određenog razdoblja, moguće je proniknuti u širu orijentaciju društva u njegovim suodnosima sa svijetom u cijelini, ali i u kontradikcije unutar njega samoga. Dotični imaginarij pruža i mogućnost Spoznaje događanja iza kulisa zadanog fotografskog prizorišta. Modna se fotografija sa svim svojim postulatima tijekom promatranog razdoblja u svijetu već posve profilirala kao zaseban, vrlo cijenjen i prestižan žanr. Već davno etablirani modni časopisi poput *Voguea* i *Harper's Bazaara*, potom i magazina *Elle*,¹

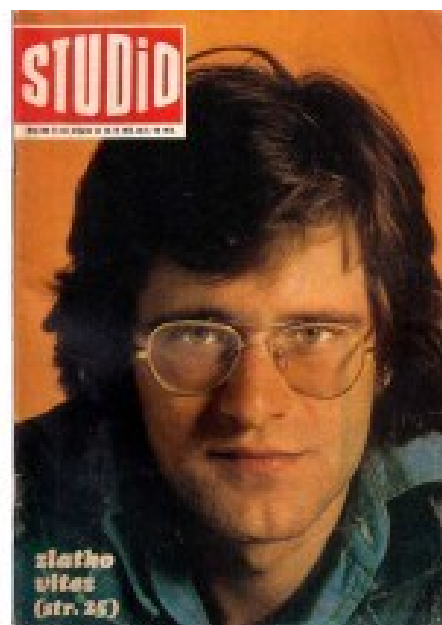


natjecali su se u privlačenju ne samo slavnih fotografa poput Victora Skrebneskog, Boba Richardsona, Irvinga Penna, Richarda Avedona ili pak Guya Bourdina već i u promociji mladih talenata i stvaranju novih imena.² Snimkama Marilyn Monroe proslavio se Bert Stern, a Helmut Newton postao je doslovce modnim guruom. David Bailey, štoviše, bio je jedan od sukreatora fenomena znanog kao *Swinging London* i inspiracija Michelangelu Antonioniju za film *Blow up*.³ U Hrvatskoj pak u to doba još nisu bile ostvarene pretpostavke za posebnu afirmaciju

fotoreportera koji bi se profesionalno dokazali, niti je bilo moguće izdvojiti usmjerenje modnog fotografa premda su se djela pojedinih autora postupno profilirala u tom smjeru. Stvaranje svijesti o posebnoj naravi tog roda fotografije još je donedavno bilo posve izvan fokusa te je stoga vrlo malo originala sačuvano.⁴ Naime, fotografije su bile predviđene za jednokratnu uporabu u tisku, a u većini se slučajeva autora i ne bi potpisalo. Stoga, premda je riječ o ne tako davnoj prošlosti, rekonstrukcija ove dionice izložbe i segmenta te fotografske djelatnosti zamalo je bio arheološki pokušaj jer je rijetke preostale originale bilo vrlo teško pronaći i pouzdano atribuirati. Malobrojni reporteri Foto-službe Hrvatske,⁵ kao osobe od povjerenja, imali su ekskluzivno pravo u poratnim godinama dokumentirati sva događanja. Tisak je trebao podizati i izražavati kolektivni duh novoga društvenog poretka, a ne individualnost. Nakon diktata socrealizma, omekšavanjem političke klime u pedesetim godinama kultura je dobila zadatak povezivanja sa svijetom. Moda se bojažljivo pojavljivala na posljednjim stranicama tiskanih medija i tek je šezdesetih godina doživjela ekspanziju na stranicama magazina. Umjetnički fotograf Milan Pavić obilježio je pedesete godine i bio je među malobrojnim profesionalcima koji su hvatali korak sa zapadnim trendovima. Sekvence s *Prvog natjecanja frizera Jugoslavije* 1952. godine u Zagrebu u prekomjernim teatralnim frizurama zrcale sklonost nadilaženju frustracija oskudicom. Sekvencionirao je i u niz složio kadrove s *Revije modnih radova obrtnika krojača* iz 1957. godine konceptualno uvodeći vrijeme u fotografiju. Međutim, još se osjećao diktat naručitelja i ekonomske propagande u promicanju tekstilnih pogona koji su bili u začetcima. Naglasak je ponajprije stavljen na politička lica koja su bila na reviji poput Marije Šoljan Bakarić i Jovanke Broz, a manje na modno zbivanje. Pa ipak, bilo je to vrijeme koje je svjedočilo tranziciji predstavljanja mode s lutke u izlogu na živog manekena. Primjerice, pojedine kreacije Žuži Jelinek još su bile predstavljene kao zamrznuti hijeratski modeli konvencionalne modne fotografije. Iako su u svijetu već više desetljeća bili etablirani mnogobrojni modni časopisi, naš, tek tijekom pedesetih godina ponovno pokrenuti ilustrirani tisak, ne samo da nije dosezao njihovu razinu nego ni standarde postignute u hrvatskim listovima poput *Kulise* ili *Svijeta*⁶ koji su izlazili više od dva desetljeća prije toga.

(...)

hotela Marjan 1963. godine, zabilježio je Stjepan Šimić. Kreacije Marice Krivić fotografski je isključivo dokumentirao njezin suprug, poznati novinar Mario Krivić. Upravo je to bila rijetka ilustracija *haute couture* s naših prostora s obzirom na to da su ostali kreatori uglavnom dizajnirali za tekstilnu industriju. Postupno, sve većim otvaranjem vanjske politike prema Zapadu, popularni su tjednici počeli dobivati i funkciju razonode. *Globus* je prvi uveo privlačne i tekstom neopterećene fotografske naslovnice.¹³ I Vjesnikova su se izdanja postupno sve više ilustrirala i približavala interesima čitateljstva širokog spektra.¹⁴ *Plavi vjesnik*¹⁵ i *Studio* paradigmatiski su pokazatelji utjecaja zapadne popularne kulture šezdesetih godina, posredovanjem rock-glazbe, mode i televizije, na hrvatsku kulturu.¹⁶



Porasla je svijest o nužnosti poštovanja digniteta fotoreportera pa se počinju vidljivo isticati imena autora, čime su novine pridonosile njihovoj afirmaciji kao i afirmaciji modne fotografije. Marko Čolić i Vlado Duić svojim snimkama u različitim listovima uspostavili su nove standarde u tretmanu fotografije u tisku. Izvodeći svoje modele na ulicu, unosili su inovacije i svježu dinamiku u vizualni identitet, oslobađali ih funkcije dokumentiranja namećući subjektivno promatranje i osobni izričaj. Snimajući za naslovnice lica s estrade, koja su zbog zahtjeva profesije nužno bile "žrtve mode" podčinjavali su ih fotografskome mediju kao i

kanonima žanra modne fotografije. Marko Čolić stvorio je potpuno nov osebujni stil estradne, za to doba glamurozne Fotografije koje su gledateljima nudile viziju željena stila života portretirajući ondašnja poznata lica.¹⁷ Koncentracijom na opću strukturu prizora, doslovno poput modnog editorijala, dočaravao je atmosferu i situacije u kojima su se njegovi modeli kretali. Svojstveno načinu Richarda Avedona ili Davida Baileyja kada su u pokretu snimali Veruschku ili Twiggy, Čolić je osmislio seriju snimaka u kojoj su slavni sportaši, s manekenkom Irenom Uhl, uhvaćeni u odskoku pri trku, čime se naglašavala njihova sloboda i spontanost.

Vlado Duić, prepoznatljivo građanskog habitusa, sučeljavao je društvene sfere. Visoko stilizirani modeli korespondiraju s urbanom ikonikom u naizgled beznačajnim uličnim prizorima onodobnoga svakidašnjeg, ali još vrlo rustičnog okruženja. Autor je prema obama pokazivao jednaku empatiju. U tom su smislu možda najindikativnije fotografije snimljene na zagrebačkoj tržnici Dolac. Manekenke Irena Uhl i Nuša Marović, bose i odjevene u kupaće kostime u zimsko doba na blatnom tlu, u kontrastu su prema skromnoj odjeći začuđenih prolaznika, od kojih su poneki posve s margina života. Iznimnom duhovitošću i posebnim izričajem Duić je stvarao obrasce protuslovlja prostora i vremena. Veselko Teniera uočio je davno fotografov nerv: >>Pokušamo li odrediti Duićev rakurs stvarnosti, onda



prvo zamjećujemo eminentno novinarski odnos: njegov objektiv upravljen je u one zone zbilje gdje se nešto neuobičajeno zbiva. Duić izabire incident, makar i najmanji, neku gestu koja je za trenutak uznemirila prostor. «¹⁸(...) Dvotjednik *Start* također u izdanju >>Vjesnika<<, bio je svojevrsna revolucija osmišljen kao socijalistička inačica američkog >>Playboya<<, rušio je mnoge ideološke barijere, a postao je senzacijom zbog fotografija obnaženih djevojaka na naslovnica i duplericama u koloru, što je fotografima omogućilo veću inventivnost i slobodu. Ivan Balić Cobra jedan je od sudionika toga novog vala. Bio je svojevrsnom generacijskom premostom otvarajući novo poglavlje koje traje sve do danas.¹ Analiza jednog djevojačkog časopisa koji je izlazio u Jugoslaviji (Tina, 1971.-1976.) Namjera mi je bila uvesti kategoriju novinara, u ovome slučaju novinarki, kao, da upotrijebim pojam koji sam maloprije gotovo proskribirala, aktivnih sudionica u raspravi o vrijednostima jugoslavenskoga društva. Osim toga, moja tema o modi šezdesetih godina u Hrvatskoj ujedno i jugoslavenski časopis za djevojke, iako na svome

vrhuncu, 1974. godine visokotiražan u jugoslavenskim razmjerima, očito nikome nije upadao u oko kao potencijalno važan akter u prostoru borbe za nadzor nad značenjima. Pokrenuo ga je Nenad Brixy, prema naizgled sasvim jednostavnom receptu: "ono što prolazi na Zapadu Vjesniku će donijeti profit." Uzor mu je bio istoimeni britanski časopis koji je počeo izlaziti 1967. godine u izdanju *International Publishing Corporation*.



Prateći narativizaciju ženskoga rada, njegovu tekstnu i slikovnu reprezentaciju i kreaciju u trima časopisima koji su izlazili u Narodnoj Republici Hrvatskoj i/ili Socijalističkoj Republici Hrvatskoj: *Žena u borbi* (god. 1946. – 1949., 1951. – 1952. i 1956. – 1957.), *Svijet* (1953. – 1959. i 1970. – 1973.) i *Tina* (1973. – 1975.),⁷ ujedno ocrtava obrise jednog od spremnika koji se nude usporedbi sa suvremenim sjećanjima. S obzirom na to da se bavi sadržajem diskursa o (ženskom) radu i promjenama kroz razdoblje od početka jugoslavenskog socijalističkog razdoblja do pred kraj 1970-ih godina – vremena već uzmaknulog optimističnog očekivanja budućnosti (Boym 2001: xiv), "ustanovljenog manifestnog konzumerizma" (Dimitrijević 2017) ili "pronađenog blagostanja" (Duda 2014) – kompozicija članka je kronološka. Eksplozirajuća seksualna revolucija krajem šezdesetih donijela je u našim krajevima intenzitet kulturoloških, a time i modnih promjena ništa manjih od onih na zapadu, unatoč tome što je bila riječ o komunističkoj zemlji, 1971. godine zagrebačke maturantice

masovno su izašle na Trg Republike, ali ne u plavim kutama, nego u „vrućim hlaćicama“ ili u šorcevima! Reakcije su, naravno, bile podijeljene, stariji ljudi bili omamljeni šokom dok mladi su ugledali priliku za slobodnije izražavanje u odjevanju. Zanimljivo, iste godine Jugoslavija dobiva *Tinu*, prvi magazin specijaliziran baš za djevojke, kroz koji se formiraju obrisi *teen-mode* u socijalističkom ambijentu.

¹Marija Tonković, *Šezdesete u Hrvatskoj – Mit i stvarnost*, Vizija željena stila, Školska knjiga, Zagreb 2018.

²Boym, Svetlana. 2001. *The Future of Nostalgia*. New York: Basic Book (Reana Senjković Ugljen i šminka)

Dimitrijević, Branislav. 2017. *Potrošeni socijalizam*. Kultura, konzumerizam i društvena imaginacija u Jugoslaviji (1950–1974). Beograd: Fabrika knjiga.

Williams, Raymond. 2006 [1965]. “Analiza kulture”. U *Politika teorije*. Zbornik rasprava iz kulturalnih studija.

Dean Duda, ur. Zagreb: Disput, 35–59.

4.2. Novine i televizija

Hrvatske novine tiskane šezdesetih godina¹ i nakon polustoljetnog odmaka — navodno povjesničarima dovoljnoga za distancuu, suvrenicima baš i ne — pokazuju² da je to, i u nas i u inoj Europi, bilo doba zaokreta (ne i prevrata), da su to bile godine u kojima su se krojili trendovi za sljedećih nekoliko desetljeća, sa zametcima postmodernoga³ i potrošačkoga⁴ likvidnog⁵ društva. Zaokreti se bilježe, makar u naznakama, i u suroj politici (u kojoj opet izranja nacionalno pitanje, najava nove dominacije nacionalizama) ili pak u prvim klicama *infotainmenta*, informacije ambalažirane u zabavu, što također jest politika, ali s tržištem kao uskrslim ideološkim kumirom. Kao i u *Macbethu*, vještici je lonac vazda prije pripravljen, vješticia juha se servira naknadno (poput osвете koja prija hladna), a jeremijama ostaje analizirati koliko su zubi trnuli ocima, a koliko sinovima. Kao što je završetak dvadesetih godina determinirao sudbinu svijeta u dugome sljedećem razdoblju, koje je kulminiralo Drugim svjetskim ratom i holokaustom (ne samo u europskim razmjerima : i u nas je atentat na Radića promjenio trendove uspostavljene 1903., koji su kulminirali u Versaillesu), tako si i šezdesete, i u svijetu i u nas imale determinantan utjecaj na desetljeća što su uslijedila (dramatičnije ovdje nego u glavnini Europe, i Istočne, a kamoli zapadne). Evo što nam o tome govore uvezani kompleti, do današnjeg dana nedovoljno digitalizirani. Bile su to i godine tzv. seksualne revolucije, oslobađanja žene (pa i od grudnjaka), I oslobađanja od poratnog optimizma i entuzijazma, u kojem se činilo da svijet može i mora ići naprijed, u bolja vremena, s većom socijalnom sigurnošću (sjeća li se tko odlaska u mirovinu s 35 godina staža za muškarce i 30 za žene, obveznih godišnjih odmora s povlasticom K—15 i trinaeste plaće, praktički besplatnih dječjih vrtića, pedijatra i stomatologa u svakoj četvrt), s nadom u sve manje rada zahvaljujući automatizaciji i robotizaciji. Stiglo je otrežnjenje eksplozijom nezaposlenosti, masovnim odlaskom na njemačke baušte. Kubanska kriza i Vijetnamski rat pokazali su da samouništenje čovječanstva zaista vreba iza ugla, uz jačanje gluposti kao >>svemirske sile<<, kako je rekao Krleža.⁷ Bilo je to i doba kada je i javno napuknuo monolitizam Titova Saveza komunista : malu privrednu reformu 1961. nije slijedilo jačanje gospodarstva, nego transformacija centraliziranoga državnog kapitalizma u centralizirane

republičke eravne kapitalizme. Umjesto deetizacije nacionaliziranoga, slijedile su nacionalne etizacije. (...)

Potkraj pedesetih i u početku šezdesetih novine u nas počinju gubit svoj medijski monopol. Eksperimentalni program Televizije Zagreb ubrzo postaje redovit, potkraj tog razdoblja pokriva praktički sav teritorij Hrvatske, na kojem se još može pratiti austrijski program na sjeverozapadu, a talijanski na zapadu. Ipak novine su i dalje glavni medij masovnog komuniciranja, još su (odnosno: ponovno su) >>jutarnja molitva intelektualca<<, kako ih je zvao Hegel. Preko njih se provodi glavina medijskog utjecaja najavni i opći imaginarij, one odražavaju i održavaju standard opće pismenosti i oblikuju diskurs u javnoj sferi, kako je definira Habermas, još u brazdi Kantove definicije prosvjetiteljstva. Za taj standard skrbe redaktori čijih imena nema ni u potpisima ni u impressumima, ali čiji je kulturni utjecaj trajniji od idejnog utjecaja potpisanih korifeja: predratnu školu pronose Ivo Baljkas (>>Globus<<, VUS),⁸ Jerolim Čogelja (>>Slobodna Dalmacija<<)⁹ i dr., poratnu predvodi Milan Čečuk (>>Vjesnik<<),¹⁰ Slavko Grbešić Jež (>>Narodni list<<, >>Večernji list<<),¹¹ na kraju stasaju Marko Grčić Rako (VUS),¹² Mario Bošnjak(>>Telegram<<) i dr.

(...)

S razmahom tržišta razvijao se, uglavnom u Vjesnikovoj kući, tzv. šareni tisak: revijalna kombinacija zabavnoga i praktičnoga, usto ilustriranoga periodičnog štiva *Svijet*³¹ namijenjen ženama počeo je izlaziti kao mjesečnik u siječnju 1953, s glavnom urednicom Smiljom Dončević. U šezdesetima se postupno etablirao kao revija za praktičnu potrošačicu (moda, krojni arci, praktični kućanski savjeti, vijesti i kurioziteti iz svijeta žena, stalna posebna izdanja »Vez« i »Vuna« itd.), dijelom po obrascu njemačke revije *Burda Moden*. Prvi skok modernizacije zabilježen je u svibnju 1962. prelaskom na višebojni bakrotisak. Povećani interes omogućio je da od srpnja 1963. postane polumjesečnik. Od studenoga 1963. glavna urednica bila je Mira Gumhalter. »Svijet« se šezdesetih stalno modernizirao, a njegova potrošačka orijentacija privlačila je znatnu količinu oglasa. Od 1964. njegova naklada skače s dotadašnjih pedesetak-šezdesetak tisuća na 167 000, a 1966. i 1968. doseže 227 000.³² Tu treba dodati posebna izdanja kao što su *Mala škola pletenja*, *Mala škola vezenja*, *Goblen*, *Zimnica*, *Što ćemo danas kuhati*, *Svijet za stolom*, *600 recepta Svijeta* i sl. i *Svijet* je bio orijentiran na humanitarne

akcije: akcijom *Vi kao Djed Mraz* prikupljale su se igračke, knjige, odjeća i potrepštine za predškolsku i školsku djecu, »Pokrivač dobre volje« animirao je djecu da šalju pletene ili kukičane četvorine od kojih su se sastavljali šalovi za korisnike domova umirovljenika itd. Plavi vjesnik³³ od početka 1959, kad je glavni urednik bio Mladen Bjažić, postao je "tjednik za pouku, zabavu i razonodu", a sredinom travnja prešao je na višebojni bakrotisak. Od listopada je glavni urednik bio Antun Patik, a od kolovoza 1960. Nenad Brixy, za čijeg je urednikovanja naklada porasla s, u prosjeku 60 000 na čak 12 primjeraka u 1964. godini. Pero Zlatar je, preuzevši u rujnu 1967. dužnost glavnog urednika, stubokom izmijenio fizionomiju »Plavog vjesnik; od tjednika za djecu i adolescente u tjednik za tinejdžere, okrenut suvremenim estradnim trendovima u industriji zabave (uključujući sport): 1969. pokrenuo je natječaj za Miss teen (zatim Jasminka, prema imenu prve pobjednice), a 1970. je kao faktu depandansu Plavog vjesnika i scenu za estradne zvijezde kao idole svojih čitatelja inaugurirao Saloon pokraj igrališta Lokomotive na zagrebačkom Tuškancu. Potkraj šezdesetih očitovao se raskorak u koncepcijama.

Inoslav Bešker, *Šezdesete u Hrvatskoj – Mit i stvarnost*, Uloga hrvatskih novina u formiranju društva i politike, Školska knjiga, Zagreb 2018.

Josip Horvat, (*Povijest novinstva Hrvatske 1771. – 1939.*), Golden marketing – Tehnička knjiga, Zagreb 2003., 18;usp.

Društveni spektar stoljeća novinstva Hrvatske 1835.- 1935., Jugoslavenski historijski časopis, 1968., br 3 i 4.

Božidar Novak, *Hrvatsko novinarstvo u 20. stoljeću*, Golden marketing – Tehnička knjiga, Zagreb, 200., str. 531.-532., 603.- 604.

Na rubu pameti, Biblioteka nezavisnih pisaca, Zagreb, 1938.

Mirko Peršen, *Vjesnik 1940.- 1975.*, u *Vjesnik 1940.- 1980.* Zagreb, Vjesnik 1980.

5. Zaključak

Studirajući knjigu *Šezdesete u Hrvatskoj – Mit ili stvarnost* i njene autore moglo se vidjeti dobre i loše strane Hrvatske u šezdesetim godinama. Autori navode i baziraju se na modu, modnu fotografiju i na medij, novina, televizije tog doba, ali isto tako navode problematiku. Simončić u svom radu govori o ženskoj modi šezdesetih godina te navodi razne materijale koji su se koristili u tkanini, dizajnere koji su šokirali svijet sa svojim dizajnima kao Y.S.L. kada je dizajnirao odjela za žene ili mladi koji svoju pobunu izrazili i odbacivanjem odjeće i modnih dodataka kao statusnih simbola te uporabom potrošnih materijala u izradi odjeće (papir, plastika, metal, PVC) ili kreiranjem odjevnih kompozicija od već rabljenih *second hand* artikala. Tonković se bazirala na modnu fotografiju i medije tog vremena, isto šokirajućom spoznajom tog vremena Manekenke Irena Uhl i Nuša Marović, bose i odjevene u kupaće kostime u zimsko doba na blatnom tlu, na Dolcu pozirale. Moda pomiče granice. Beškar se bazirao na novine tog doba bazirajući se na politiku i na stanje države. Hrvatska u doba Jugoslavije je bila na vrhuncu što se tiče masivne proizvodnje i industije, a što se tiče tekstilne industrije posebno me iznenadilo da u bivšoj Jugoslaviji, odnosno u Hrvatskoj smo imali 12 tvornica tekstila. Moda šezdesetih godina u Hrvatskoj se brzo mjenjala. Ono što je *hippie* kultura pridonijela osim u modi npr. *second hand*-a, ujedno donjela i slobodu odjevanja i izražavanja. Za žene nije više bilo strano da nose *jeans*. Može se reći da su pravi hipiji činili mali dio populacije mladih ljudi no uspjeli su »uhvatiti« i artikulirati snove i nadanja čitave generacije. Snažno su utjecali i na druge subkulturne pokrete, a san o boljem svijetu za sve ljude najvažnije je što su ostavili u naslijeđe sljedećim generacijama mladih. Moda je promjenjiva i to je kao ciklus. Povijest mode je veliki izvor inspiracije za novi dizajn i trend.

6. Litertura

- Katarina Nina Simončić, *Šezdesete u Hrvatskoj – Mit i stvarnost*, Modni boom – revolucija modnih izričaja, Školska knjiga, Zagreb, 2018.
- Marija Tonković, *Šezdesete u Hrvatskoj – Mit i stvarnost*, Vizija željena stila, Školska knjiga, Zagreb 2018.
- Inoslav Bešker, *Šezdesete u Hrvatskoj – Mit i stvarnost*, Uloga hrvatskih novina u formiranju društva i politike, Školska knjiga, Zagreb 2018.
- Lovorka Magaš Bilandžić, *Šezdesete u Hrvatskoj – Mit i stvarnost (Od «visoke » i popularne kulture do kreiranja novih želja i potreba)* Školska knjiga, Zagreb, 2018. str. 107.
- Zvonko Maković, *(predgovor) Šezdesete u Hrvatskoj – Mit i stvarnost*, Školska knjiga, Zagreb 2018.
- Josip Horvat, *(Povijest novinstva Hrvatske 1771. – 1939.)*, Golden marketing – Tehnička knjiga, Zagreb 2003., 18;usp.
- Društveni spektar stoljeća novinstva Hrvatske 1835.- 1935.*, Jugoslavenski historijski časopis, 1968., br 3 i 4.
- Božidar Novak, *Hrvatsko novinarstvo u 20. stoljeću*, Golden marketing – Tehnička knjiga, Zagreb, 200., str. 531.-532., 603.- 604.
- Na rubu pameti*, Biblioteka nezavisnih pisaca, Zagreb, 1938.
- Mirko Peršen, Vjesnik 1940.- 1975., u *Vjesnik 1940.- 1980.* Zagreb, Vjesnik 1980.
- Igor Duda, *U potrazi za blagostanjem*, Srednja Europa, Zagreb, 2005.
- Čedo Komljenović, *Jugoslavenka na modnom Olimpu*, »Svijet«, Novinsko izdavačko poduzeće Vjesnik, br.7, Zagreb, 1968, str. 30.-31.
- Boža Košak, Šiptarski kaputić u Parizu, »Svijet«, Novinsko izdavačko poduzeće Vjesnik, br. 5, Zagreb, 1967, str. 12.
- M. Žerdik, *Međunarodni jesenski Zagrebački velesajam*, »Tekstil«, Savez inženjera i tehničara, NR Hrvatska, god. XV, br. 1-12, Zagreb, 1966., str. 789.-790
- M. Žerdik, *Proljetni zagrebački Velesajam*, »Tekstil«, Savez inženjera i tehničara NR Hrvatska, god. XV, br 1-12, Zagreb, 1966, str. 349.
- Branimir Kuhar, 40. obljetnica postojanja i rada »Regeneracije« d. d. Zabok, »Tekstil«, br. 43 (11), Zagreb, 1994., str. 636.-641.

Izvori :

- Svijet: god. I (1953), br. 1 – god. VII (1959), br. 12; god. XVIII (1970), br. 1 – god. XXI (1973), br. 24.
- Tina: br. 63, 1973. – br. 179, 1975.
- Riječ imaju potrošači, »Svijet«, Novinsko izdavačko poduzeće Vjesnik, br. 14, Zagreb, 1967., str. 14.-15.
- »Svijet«, Novinsko izdavačko poduzeće Vjesnik, Zagreb, 1958.-1971
- *IV Međunarodni sajam odevanja u Beogradu*, »Tekstil«, Savez inženjera i tehničara NR, Hrvatska, god. XI, br. 1-12, Zagreb, 1963, str. 1006.-1009.